

**EKSISTENSI FILM PENDEK
DALAM MENINGKATKAN KOMPETISI MEDIA DAKWAH
(Studi Kasus Festival Film Islami Lampung)**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

**RIZKA AFIFATUL AZIZAH
NPM : 1541010065**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H / 2019 M**

**EKSISTENSI FILM PENDEK
DALAM MENINGKATKAN KOMPETISI MEDIA DAKWAH
(Study Kasus Festival Film Islami Lampung)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi



**Oleh
Rizka Afifatul Azizah
NPM : 1541010065**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si
Pembimbing II : Khairullah, S.Ag., M.Ag**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H / 2019 M**

ABSTRAK

Dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap umat Islam. Dakwah biasanya sering kita temui di masjid-masjid atau pengajian dan lain sebagainya. Tetapi saat ini berdakwah juga bisa melalui film yang dikemas dengan baik dan di dalamnya terdapat pesan-pesan Islami. Film pendek adalah salah satu bentuk film paling simple dan kompleks. Film pendek memiliki durasi yang pendek, di bawah 50 menit. Melalui film seseorang dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Film juga bisa di jadikan sebagai media dakwah, sehingga UKM rumah film KPI mengadakan sebuah ajang kompetisi Festival Film Islami Lampung yang mana bisa menjadi wadah media dakwah bagi sineas-sineas yang ingin berkarya sekaligus berdakwah melalui film pendek. Kemudian yang menjadi masalahnya adalah film sebagai media dakwah itu efektif untuk meningkatkan kompetisi dalam berdakwah yang di dilaksanakan pada Festival Film Islami Lampung. FESFIS merupakan ajang kompetisi yang mampu menampung ide-ide kreatif sineas-sineas untuk mengetahui tolak ukur dalam membuat film pendek sekaligus tempat untuk berdakwah dengan pesan-pesan Islami yang terdapat dalam film pendek. Untuk mendapatkan data dan informasi, peneliti menggunakan populasi sebanyak 95 peserta dan teknik *Purposive Sampling* pengambilan data secara sengaja dengan pertimbangan tertentu untuk mendapatkan sampel yang sedikit dari populasi yang banyak sehingga menjadi 7 peserta. Kemudian teknik pengumpulan data berupa metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari penelitian ini menghasilkan sebuah temuan yaitu : Festival Film Islami merupakan ajang kompetisi yang memiliki tema “Dakwah tainment : Mengomunikasikan nilai-nilai Islam melalui pesona Film” dari temuan ini Festival Film Islami memberikan wadah kepada sineas-sineas untuk mengomunikasikan pesan Islam melalui sebuah film pendek Islami. Sehingga eksistensi film pendek dapat meningkatkan kompetisi media dakwah pada Festival Film Islami Lampung. Kemudian dari 7 film yang merupakan sampel, dapat di tarik kesimpulan bahwasanya keberadaan film pendek sebagai media dakwah tidak dapat diremehkan tetapi keberadaannya bisa diperhitungkan melalui pesan-pesan Islami yang terdapat dalam ide cerita sehingga bisa menjadi khazanah dan dapat menambah referensi film Islami bagi masyarakat.

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **EKSISTENSI FILM PENDEK DALAM MENINGKATKAN
KOMPETISI MEDIA DAKWAH**

Nama : **Rizka Afifatul Azizah**

NPM : **1541010065**

Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**


MENYETUJUI


Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, 09 Oktober 2019


Pembimbing I,

Pembimbing II


Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si
NIP 195707151987031003


Khairullah, S.Ag., M.Ag
NIP 197303052000031002

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp.(0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **EKSISTENSI FILM PENDEK DALAM MENINGKATKAN KOMPETISI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Festival Film Islami Lampung)**. Disusun oleh: **Rizka Afifatul Azizah, NPM : 1541010065**, Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung** telah dilaksanakan Sidang Munaqosyah pada hari Rabu Tanggal 9 Oktober 2019.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : **Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos. M.Sos.i** (.....)

Sekretaris : **Nasiruddin, S.Sos** (.....)

Penguji I : **Dra. Hj. Siti Binti Az, M.Si** (.....)

Penguji II : **Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si** (.....)

Dekan

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.196104091990031002

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah, dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

(an-Nahl ayat 125)



PERSEMBAHAN

Lantunan kalimat Syukur yang selalu terucap kepada Allah SWT. Dengan kehendak-Nya karya penulis dapat terselesaikan. Dan karya ini penulis persembahkan kepada :

1. Terkhusus untuk Umiku tercinta Syarifatul Fauziah ialah *Independent women*, yang selalu berjuang untuk anak-anaknya, selalu tersenyum tanpa mengeluh, yang selalu mengajarkan hal-hal baik terhadap anak-anaknya. Ini semua kupersembahkan untukmu dan terimakasih banyak. Yang kedua untuk Ayahku Ahmad Dzainuri terimakasih banyak sudah ada selama ini.
2. Tak pernah sekalipun untuk mengguruimu, karya ini kupersembahkan untukmu masku M.Fadly Zulkarnain semoga bisa memimpin barisan terbaik adik-adik di belakangmu.
3. Untuk Adik-adikku yang sangat aku sayangi Latifatul Mufida semoga aku bisa menjadi contoh yang baik untukmu dan semoga kamu bisa lebih dewasa serta selalu patuh dan menyayangi dengan tulus kedua orangtua. Dan untuk adikku Cindra Ayu Aulia Rahma semangat belajar gapai cita-citamu setinggi mungkin dan sayangilah serta berbaktilah kepada kedua orangtua.

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Rizka Afifatul Azizah. Merupakan anak kedua dari Ayah yang bernama Ahmad Dzainuri dan seorang Ibu yang bernama Syarifatul Fauziah. Lahir di Pringsewu pada tanggal 3 maret 1997. Penulis memiliki riwayat pendidikan sebagai berikut :

1. Lulusan TK Baitussalam pada tahun 2003
 2. Lulusan SD Muhammadiyah 1 Pringsewu pada tahun 2009
 3. Lulusan MTS Nurul Huda Pringsewu pada tahun 2012
 4. Lulusan SMA Muhammadiyah 1 Pringsewu pada tahun 2015
 5. Sedang menempuh Strata satu di Uin Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2015.
- Mahasiswa aktif dalam organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah, dan pernah menjadi Sekretaris umum Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi tahun 2017

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis tiada hentinya mengucap rasa syukur kepada Allah SWT. Nikmat yang selalu dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. dengan judul skripsi “ Eksistensi Film Pendek dalam meningkatkan Kompetisi Media Dakwah” penulis menuntaskan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Tentu saja semua ini berkat dukungan dari berbagai pihak. Dengan tulus dan penuh ke ikhlasan, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si, selaku dekan Fakultas Dakwah dan ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S. AG., M.Si sebagai Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti S.Sos.,M.Sos.I. sebagai Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Prof Dr. H. M. Nasor,M.Si selaku pembimbing I dan bapak Khairullah, S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi pengarahan dan masukan untuk penulis.
4. Para Dosen serta segenap Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komuikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
5. Trimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ihsan Fathoni selaku ketua Rumah Film KPI beserta jajarannya yang telah bersedia untuk di mintai informasi terkait permasalahan penulis.
6. Trimakasih untuk teman-temanku sejak SMA yang selalu memotivasi dalam perjalanan penulisan skripsi ini, trimakasih masih mau menemaniku sampai sekarang khususnya untuk Sofi, Citra, Neni, Nyoi, Sukma.
7. Trimakasih untuk temanku di bangku kuliah yang masih selalu baik padaku, khususnya untuk Radina Ferzya, Zhafina Amalina, Nurul Husna Afrilia perkenalan kita di awal kuliah menjadi sebuah pertemanan dan semoga kita masih bisa terus bersilaturahmi.

8. Teman seperjuangan KPI A yang sangat aku sayangi, kuharap pertemuan kita tidak hanya di bangku kuliah tetapi masih bisa berlanjut dan saling bersilaturahmi untuk kedepannya. Sherly destiliani, dede yuliah, siti yuniarsih, dll Semangat dan sukses untuk kalian semua.
9. Teman kosanku Asrama R3, Fia Ayu handadari tukang ngayal yang baik hati terimakasih telah menyempatkan waktu di sela-sela menghayal untuk selalu memberikan wejangan dalam penulisan skripsi ini, Arya Dini Septiani terimakasih sudah mau menumpang kosan meski aku sudah tidak punya kosan, Mba Taza Nur Utami mba kosan yang anti sosial yang selalu di kamar kosan pojok dan selalu memanggil saya adik, kak Auliya' Khairunissa yang menjadi panutan saya. Terimakasih untuk semuanya kalian menjadi keluarga baru dalam hidup penulis.
10. Teman-teman KKN yang sudah menjadi keluarga baru, 30 hari lebih hidup satu atap dengan kalian menjadikanku betapa penting nya sebuah kebersamaan. Terimakasih Juliana, Mauli, Nita, Kiya, Melisa, Erna, Titis, Septa dkk yang tidak bisa kusebutkan satu persatu. Semoga kita masih bisa terus bersilaturahmi.
11. Especially Muhammad Probosutejo, terimakasih banyak telah memberikan dukungan semangat dan motivasi setiap hari.
12. Seluruh pihak yang berjasa dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari Skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis membutuhkan kritik dan saran untuk perbaikan di kemudian hari. Namun, besar harapan penulis skripsi dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Bandar Lampung, 21 Oktober 2019

Rizka Afifatul Azizah
1541010065

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Tinjauan Pustaka.....	9
H. Metode Penelitian	10

BAB II EKSISTENSI FILM PENDEK DAN KOMPETISI MEDIA

DAKWAH

A. Eksistensi Film Pendek	17
1. Pengertian Eksistensi	17
2. Pengertian Film Pendek Islami	18
3. Genre Film	22
4. Fungsi film pendek	26

5. Kontribusi Film Pendek Islami	27
B. Kompetisi Media Dakwah	29
1. Pengertian Kompetisi	29
2. Pengertian Media Dakwah.....	30
3. Jenis-jenis Kompetisi Media Dakwah	33
4. Fungsi dan Karakteristik Media dalam Penyiaran Dakwah.....	40
5. Pengaruh Kompetisi Media Dakwah	45

BAB III UKM-F RUMAH FILM KPI (RFK) DAN FESTIVAL FILM ISLAMI (FESFIS)

A. Gambaran UKM-F Rumah Film KPI	48
1. Sejarah Rumah Film KPI.....	48
B. Gambaran Festival Film Islami Lampung	51
1. Sejarah singkat Festival Film Islami	51
2. Sistem pelaksanaan Festival Film Islami Lampung	52
3. Perkembangan Festival Film Islami	54
C. Eksistensi Film Pendek dalam kompetisi di FESFIS	58
1. Fungsi Film Pendek Islami	58
2. Sinopsis dan Pesan di Film Pendek FESFIS	59

BAB IV EKSISTENSI FILM PENDEK DALAM MENINGKATKAN KOMPETISI MEDIA DAKWAH

A. Eksistensi Film Pendek	75
B. Kontribusi Film Pendek dalam meningkatkan Media Dakwah.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami maksud yang terkandung dalam judul skripsi ini maka diperlukan penjelasan tentang judul skripsi. Adapun judul skripsi ini adalah, **Eksistensi Film pendek dalam meningkatkan Kompetisi Media Dakwah (studi kasus Festival Film Islami Lampung)**, untuk itu perlu diuraikan pengertian dan istilah judul sebagai berikut.

Berawal dari kata Eksistensi, Eksistensi merupakan pembuktian akan hasil kerja (performa) di dalam suatu kejadian. Kata eksistensi berasal dari kata Latin *Existere*, dari *ex* yang berarti keluar, dan *sistere* yang berarti membuat berdiri. Artinya apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas, apa yang dialami. Konsep ini menekankan bahwa sesuatu itu ada. Dan setiap hal yang ada itu mempunyai eksistensi atau ia adalah sesuatu yang eksisten.¹ Adapun eksistensi yang penulis maksud adalah keberadaan film pendek yang menjadi sebuah kompetisi di Festival Film Islami Lampung.

Festival Film Islami Lampung (FESFIS) adalah kompetisi yang diadakan oleh UKM rumah film KPI. FESFIS pertama kali dilaksanakan pada tahun 2016, FESFIS merupakan kegiatan yang dilakukan satu tahun sekali oleh UKM rumah film KPI. FESFIS terbuka untuk umum serta pendaftarannya gratis bagi sineas-sineas yang ingin mendaftar.

¹ Maritfa Nika Andriani dan Mohammad Mukti Ali, "Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta". *Jurnal Teknik PWK* Vol.2 no.2 (2013), h.225

Selanjutnya film pendek berhubungan dengan cerita yang pendek.² menurut Garin Nugroho durasi film pendek kurang dari 30 menit.³ dan ini menjadi salah satu syarat berkompetisi di Festival Film Islami yaitu memiliki durasi film yang pendek. Dari Festival Film Islami Lampung ini menghasilkan 95 peserta, dengan beberapa judul-judul film pendek menjadi pemenang dalam kompetisi Festival Film Islami yaitu: Melampaui Batas Imajinasi, Jangan Buat Aku Berdosa, Yuwana Mati Lena, Pantaskah Mengeluh, Surat Hutang, Sripah, Mati Daya, Ya Begini, Bingung, 30 minutes, Penghalang, dan Seketika.

Menurut Wrightsman mengatakan bahwa kompetisi adalah aktivitas dalam mencapai tujuan dengan cara mengalahkan orang lain atau kelompok. individu atau kelompok memilih untuk berkompetisi tergantung dari struktur reward dalam suatu situasi.⁴

Festival Film Islami ini dapat menjadi acuan sineas-sineas dalam berkompetisi untuk meningkatkan kualitas film pendeknya dengan sebaik mungkin agar mendapat sebuah penghargaan atau *reward* sebagai pemenang di Festival Film Islami tersebut.

Sedangkan media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar dalam bahasa inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang

² Gatot Prakosa, *Ketika Film Pendek Bersosialisi* (Jakarta: Yayasan Layar Putih, 2001) , h.25

³ Teguh Trianton, *Film Sebagai Media Belajar* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), h.42

⁴Eka Danta Jaya Ginting, “Peranan Organisasi Pembelajaran dalam meningkatkan Kompetisi kerja”. (Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sumatera Utara, 2004), h. 3

menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan).⁵

Ditinjau dari segi bahasa “Da’wah” berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut mashdar. Sedangkan bentuk kata kerja (fi’il)nya adalah berarti: memanggil, menyeru, atau mengajak (da’a, Yad’u, da’watan). Orang yang berdakwah biasa tersebut dengan Da’I dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan Mad’u.⁶

Maka, media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.⁷ untuk itu Festival Film Islami ini memberikan wadah kepada sineas-sineas agar bisa ikut berkompetisi dalam menyampaikan pesan dakwah melalui sebuah film pendek, karena dalam berdakwah tidak hanya melalui mimbar, tulisan, buku. Tetapi juga bisa disampaikan melalui sebuah film pendek.

Jadi yang penulis maksud dalam judul skripsi ini adalah eksistensi atau keberadaan film pendek dalam kompetisi Festival Film Islami Lampung yang diadakan oleh UKM rumah film KPI. Kompetisi ini merupakan sarana untuk bersaing untuk mendapatkan *reward* / penghargaan sekaligus berdakwah melalui pesan-pesan Islami yang telah dikemas melalui film pendek.

⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2009), h. 403

⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012). H. 1

⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*...., h.404

B. Alasan memilih Judul

Judul merupakan intisari dari sebuah rumusan masalah yang akan diteliti.

Adapun alasan memilih judul sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui berdakwah melalui film pendek itu seperti apa serta apa saja kontribusi dari film pendek yang di kompetisikan melalui kompetisi Festival Film Islami Lampung.
2. Penelitian ini sesuai dengan keilmuan komunikasi dan dakwah. Ditunjang dengan sumber yang memadai dalam penelitian ini di lapangan.

C. Latar Belakang Masalah

Festival Film Islami Lampung (FESFIS) adalah ajang kompetisi film pendek untuk menuangkan ide-ide kreatif para sineas-sineas indonesia khususnya film yang bergenre islami. Festival Film Islami ini banyak di minati oleh para kaum milenial. Tidak hanya itu Festival Film Islami juga memberikan wadah untuk para sineas-sineas lampung maupun luar lampung yang suka membuat karya dalam bentuk film pendek yang dapat di ikut sertakan dalam ajang kompetisi di Festival Film Islami.

Festival Film Islami mempunyai sebuah tema “Dakwahtainment : Mengomunikasikan nilai-nilai islam melalui pesona film” yang diharapkan agar pesan-pesan islam lebih menyebar dan dapat dinikmati oleh pecinta film dan masyarakat. Karena setiap manusia itu diwajibkan untuk berdakwah dan dakwah itu tidak hanya melalui ceramah di atas mimbar, ataupun di sebuah tempat pengajian atau majelis ta’lim. Tetapi juga bisa di audio visualkan yang

dikemas menjadi satu kesatuan cerita, gambar bergerak, serta suara yang saling berkesinambungan dalam sebuah film pendek yang mengandung unsur-unsur dakwah.

Festival film islami merupakan sebuah kompetisi yang di adakan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Dakwah yaitu Rumah Film KPI yang mana FESFIS sudah diselenggarakan sejak tahun 2016. Kehadiran FESFIS mengundang banyak atusias para sineas yang meramaikan kompetisi tersebut. Yang di lombakan dalam kompetisi ini adalah sebuah film pendek yang mengandung pesan dakwah islam.

Fetival Film Islami Lampung di awali pada tahun 2016 dengan jumlah peserta 10 peserta, dengan kategori juara film pendek terbaik 1,2 dan 3. Juara pertama film pendek terbaik dengan judul film 1) Film melampaui batas imajinasi dari Pringsewu, 2) Film 30 minutes dari Universitas Bandar Lampung (UBL), 3) Film bingung dari UKM DCFC Darmajaya.

Selanjutnya beralih ke tahun berikutnya nama Festival Film Islami yang diselenggarakan oleh UKM Rumah Film KPI semakin dikenal dikalangan masyarakat indonesia. Ini merupakan perkembangan yang meningkat dari tahun sebelumnya. Di tahun 2017 Festival film diselenggarakan dengan megah tepatnya di Lampung Walk. Antusias para sineas-sineas semakin meningkat dibuktikan dengan 55 film yang sudah terdaftar untuk di kompetisikan dalam acara FESFIS tersebut. Tidak hanya karya lokal tetapi juga karya sineas-sineas luar lampung pun ikut berkompetisi dalam acara ini. ditahun 2017 terdapat 7 (tujuh) kategori pemenang. Berikut merupakan Pemenang dari Festival Film Islami Lampung tahun 2017 : 1) Film Jangan buat aku berdosa dari Pringsewu,

2) Film Pengahalang dari UKM DCFC Darmajaya, 3) Film Yuwana Mati Lena dari Institut Seni Yogyakarta, 4) Film Pantaskah Mengeluh dari SMK Negeri 5 Bandar Lampung, 5) Surat Hutang dari UIN Raden Intan Lampung KPI A angkatan 14. Ini merupakan sebuah perkembangan yang meningkat dan ini membuktikan bahwa Festival Film Islami bisa menjadi wadah untuk para sineas-sineas dalam menjadikan film pendek sebagai alat media dakwah.

Kemudian pada tahun ke tiga di adakannya Festival Film Islami di lampung yakni tahun 2018. Festival Film Islami menjadi 6 kategori pemenang seperti, pemenang terbaik nasional yang diraih oleh film “Sripah”, pemenang film terbaik lampung yang diraih oleh film “Mati daya”, pemenang terbaik pelajar diraih oleh film “ Ya Begini”, pemenang terfavorit nasional diraih oleh film “Ya Begini”, pemenang sutradara terbaik diraih oleh film “Seketika”, dan yang terakhir pemenang ide cerita terbaik diraih oleh film “Sripah”. Dan film yang terdaftar untuk dikompertisikan adalah 30 film itu jumlah seluruh dari lokal maupun nasional. Ini merupakan suatu masalah yang terjadi di tahun 2018. Mengapa film yang di kompetisikan menjadi menurun, sedangkan pada tahun 2017 bisa berkembang pesat. Ini yang akan penulis pelajari terhadap masalah ini. dan diharapkan Festival Film Islami tetap menjadi sebuah wadah untuk para sineas-sineas yang ada di indonesia, dalam hal untuk kreatifitas film pendek sebagai alat media dakwah.

Dakwah islam adalah upaya mengajak manusia dengan cara lemah lembut menuju ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah dan Rasulnya dengan menanti segala petunjuk-petunjukNya. Dengan tujuan untuk

kebahagiaan manusia. Baik dalam kehidupan didunia maupun dalam kehidupan diakhirat nanti.⁸ Bagi seorang muslim dakwah menjadi sebuah kewajiban, kewajiban tersebut merupakan suatu yang tidak dapat dihindarkan dari kehidupannya, karena sudah melekat bersama dengan pengakuan diri sebagai pengamat islam (muslim).

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Al-Imran : 104).

Berdakwah salah satu dari sekian banyak perintah dari Allah swt. Kepada umat muslim sebagai bentuk penegakan syariat dalam seluruh aspek kehidupan. Sebagaimana yang dipahami bahwa dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru dan menyampaikan kepada umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk dan ajaran dari Allah swt. Melalui Rasul saw. Kegiatan berdakwah tersebut dialihkan dengan sengaja dan dengan perencanaan yang matang selayaknya bagaimana seorang komunikator dalam perencanaanya dalam menyampaikan pesan.

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah.⁹ Maka, media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan

⁸ M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. IX

⁹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 403

dakwah kepada mitra dakwah.¹⁰ Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi.¹¹

Oleh karena itu, Film sebagai media dakwah itu efektif untuk meningkatkan kompetisi dalam berdakwah yang di dilaksanakan pada Festival Film Islami Lampung. FESFIS merupakan ajang kompetisi yang mampu menampung ide-ide kreatif sineas-sineas untuk mengetahui tolak ukur dalam membuat film pendek sekaligus tempat untuk berdakwah dengan pesan-pesan Islami yang terdapat dalam film pendek. untuk itu berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai judul skripsi “EKSISTENSI FILM PENDEK DALAM MENINGKATKAN KOMPETISI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Festival Film Islami Lampung)”.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dikaji peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana eksistensi film pendek dalam meningkat kompetisi media dakwah di Festival Film Islami Lampung?
2. Bagaimana kontribusi film pendek dalam meningkatkan media dakwah?

E. Tujuan Penelitian

¹⁰ *Ibid.* h. 404

¹¹ *Ibid.* h. 405

1. Untuk mengetahui eksistensi film pendek dalam meningkatkan kompetisi media dakwah.
2. Untuk mengetahui kontribusi film pendek dalam meningkatkan media dakwah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik teoritis maupun praktis:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan menambah referensi mengenai film pendek untuk meningkatkan kompetisi pada media dakwah.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan para sineas lampung mampu ikut berkompetisi untuk meningkatkan kompetisi media dakwah di Festival Film Islami Lampung.

G. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini penulis ini mengadakan telaah pustakaan penulis menemukan skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi itu adalah, Skripsi Zikrullah 411106191, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Pada tahun 2016 dengan judul “ Film sebagai Media Dakwah” media elektronik sebagai media dakwah di anggap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Film yang di maksud disini adalah film yang di produksi dari sebuah komunitas film trieng. Yang mana di dalam pesan film tersebut terkandung dakwah islam.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis pilih adalah menggunakan penelitian yang diharuskan terjun langsung lapangan untuk mencari sumber data yang dibutuhkan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.¹² Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam dalamnya riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu

Mencari *sampling* lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.¹³

1. Jenis dan sifat penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah riset lapangan (*field research*), melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.¹⁴

b. Sifat Penelitian

Sifat penelitian adalah deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis data, dan

¹² *Ibid*, h. 13

¹³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 57

¹⁴ *Ibid*, h. 32

menginterpretasi.¹⁵ Serta menggambarkan suatu situasi proses dan gejala gejala atau objek tertentu yang sedang diamati.¹⁶ Riset ini bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.¹⁷ hasil akhir metode ini adalah deskripsi detail dari topic yang diteliti.¹⁸

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁹

Dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah peserta festival film islami lampung dari tahun 2016 hingga 2019 dengan jumlah 95 peserta sama dengan 95 judul film.

b. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasi nya.²⁰ penelitian ini menggunakan jenis *Non Random Sampling* yang mana disini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

¹⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta : Bumi Aksara, 2016), h. 44

¹⁶ Rosady Ruslan , *Metode Penelitian: Public Relations&Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010) h. 52

¹⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), h.69

¹⁸ *Ibid*, h.66

¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016), h.80

²⁰ Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008), h.57

Karena jumlah populasi yang banyak maka dilakukan teknik *Non Random Sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* (pengambilan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu). Hal ini untuk mendapatkan sampel yang sedikit dari populasi yang banyak dan dengan alasan bahwa tidak semua populasi itu dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini data yang diharapkan atau data yang terkumpul adalah mengenai eksistensi film pendek dalam meningkatkan media dakwah. Adapun ciri-ciri yang penulis maksud ialah :

1. Peserta dan Pemenang film pendek terbaik Festival Film Islami Lampung tahun 2016 sampai 2018
2. Peserta yang menjadikan film pendek sebagai media dakwah

Berdasarkan ciri-ciri di atas yang memenuhi kriteria menjadi sampel dalam penelitian ini. Penulis telah tetapkan sebanyak 12 orang, dengan 5 panitia dan 7 peserta dengan 7 judul film pendek di Festival Film Islami Lampung sebagai sampel penelitian penulis.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam mengambil data lapangan penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode secara dimana periset mengamati langsung objek yang diteliti.²¹ Dan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsungnya, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya.²²

b. Metode Wawancara

Pada prinsipnya metode wawancara sama dengan metode angket. Perbedaannya, pada angket, pertanyaan diajukan secara tertulis, sedangkan pada wawancara, pertanyaan diajukan secara lisan (pengumpulan data bertatap muka dengan responden). Dalam wawancara, alat pengumpul datanya disebut *pedoman wawancara*. Suatu pedoman wawancara, tentu saja harus benar-benar dapat dimengerti oleh pengumpul data, sebab dialah yang akan menanyakan dan menjelaskan kepada responden.²³

c. Metode Dokumentasi

Dilakukan oleh peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku atau sebagai partisipan yang terlibat pada suatu peristiwa sejarah masa lalu, dan

²¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 64

²² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi* (Jakarta : Rajawali Pers, 2010) h.221

²³ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial* (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 52

terdapat empat jenis dokumentasi yang dipergunakan dalam metode ini, yaitu 1) data archival (arsif) 2) dokumen (sejarah) milik lembaga atau pribadi 3) dokumen privacy, milik pribadi seperti surat wasiat, ijasah, berkas rahasia, agenda catatan dan sebagainya, 4) dokumentasi publik, seperti data atau informasi yang tercantum di berbagai media massa, kepustakaan, bahan publikasi instansi dan pengumuman publik.²⁴

4. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul melalui pengumpulan data yang ada, kemudian tahap selanjutnya adalah menganalisa data tersebut. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun ke dalam pola dan memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami.²⁵

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh data hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentas, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁶

²⁴ *Ibid*, h. 222

²⁵ Sugiyono, Op.Cit, h. 244

²⁶ Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi* (Sulawesi Selatan : Makassar, 2018), h.53

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi.²⁷

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Hasil data tersebut akan dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Proses analisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu :

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, dimana proses ini berlangsung secara terus-menerus selama penelitian berlangsung. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

b. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Sekumpulan informasi

²⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2006), h.196

yang telah tersusun secara sistematis dan mudah dipahami memberi kemungkinan dilakukannya penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penyajian data ini menuntut seorang peneliti untuk mampu mentransformasikan data kadar menjadi tulisan.

c. Conclusion Verification (Penarikan Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam proses analisis data menurut Milles and Huberman adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Penarikan kesimpulan ini merupakan sebagian dari seluruh konfigurasi penelitian yang utuh dan dapat dilakukan selama penelitian berlangsung.

BAB II

EKSISTENSI FILM PENDEK ISLAMI DAN KOMPETISI MEDIA DAKWAH

A. Eksistensi Film Pendek Islami

1. Pengertian Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Abidin, Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu “menjadi” atau “mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *eksistere*, yang artinya keluar dari “melampaui” atau “mengatasi”. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan berhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.¹

Dalam buku kamus ilmiah arti kata eksistensi adalah keberadaan wujud yang tampak. Eksistensi juga dapat diartikan keberadaan, dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya sesuatu yang diusahakan. Eksistensi merupakan pembuktian akan hasil kerja (*performa*) di dalam suatu kejadian. Eksistensi juga dapat diartikan suatu keberadaan yang selain diakui oleh diri sendiri diakui juga oleh pihak lain. Kata eksistensi berasal dari kata *ekistere*, dari *ex* yang berarti keluar, dan *sitere* yang berarti membuat berdiri. Artinya apa yang

¹ Maritfa Nika Andriani dan Mohammad Mukti Ali, “Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta”. *Jurnal Teknik PWK* Vol.2 no.2 (2013), h. 225

ada, apa yang memiliki aktualitas, apa yang dialami. Konsep ini menekankan bahwa sesuatu itu ada dalam konsep eksistensi, satu satunya faktor yang membedakan setiap hal yang ada itu mempunyai eksistensi atau ia adalah suatu eksisten. Eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur dan mengalami perkembangan meningkat, stagnan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya. Sumber lain juga menjelaskan bahwa eksistensi adalah suatu yang akan mendapat maknanya jika ada aktivitas sehingga eksistensi juga dapat diartikan sebagai keberlanjutan suatu aktivitas.²

2. Pengertian Film Pendek Islami

Film pendek Islami adalah film yang di produksi dengan biaya yang relatif lebih murah dari pada film cerita panjang dan memberikan ruang gerak ekspresi yang lebih luas kepada sineas dalam bereksperimentasi secara idealis.³ Film pendek juga berhubungan dengan cerita yang pendek, tetapi bermakna besar, sebagaimana terjadi dalam dunia visual arts, telah mengalami berbagai eksplorasi dari bentuk dan kreasi yang menghasilkan style yang sangat khas.⁴ film adalah hasil proses kreatif para sineas yang memadukan berbagai unsur seperti gagasan, sistem nilai, pandangan hidup, keindahan, norma, tingkah laku manusia, dan kecanggihan teknologi. Dengan demikian film tidak bebas nilai karena didalamnya terdapat pesan

² *Ibid*, h.225-256

³ *Ibid*, h. 42

⁴ Gotot Prakosa, *Ketika Film Pendek Bersosialisasi* (Jakarta : Yayasan Layar Putih, 2001), h.25

yang dikembangkan sebagai karya kolektif, film juga menjadi alat pranata sosial.⁵

Film Islami ialah film yang berisikan tentang agama yang meliputi pemikiran keagamaan, nilai-nilai keagamaan maupun sosok figur dari suatu agama. Walau industri perfilman pada saat ini sudah komersialisasikan namun tampaknya film Islami masih menyampaikan pesan-pesan dakwah yang sangat kental.⁶

Film sebagai media komunikasi dapat berfungsi sebagai media dakwah, yakni mengajak orang dalam *amr ma'ruf nahi mungkar*. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau segmen sosial, sehingga membuat media ini mempunyai potensi yang besar dalam mempengaruhi penontonnya. Dibandingkan dengan media-media dakwah yang lain, film mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki media-media dakwah yang lain, karena ia mempunyai sifat visual dan audio visual.⁷

Menurut kamus bahasa Indonesia yang diterbitkan oleh pusat bahasa pada tahun 2008, film adalah selaput tipis yang dibuat oleh seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan di buat potret). Film juga merupakan media untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop) film juga diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup.⁸

Film merupakan medium audio-visual, suara pun ikut mengambil peranan di dalamnya. Film juga merupakan gabungan dari berbagai ragam :

⁵ Teguh Trianton, *Film Sebagai Media Belajar* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), h. x

⁶ M. Ali Musyafak, *Film sebagai Media Dakwah Islam* (Volume II No. 2 Oktober 2013 M./ Zul al-Hijjah 1434 H), h.335

⁸ *Ibid*, h. 1

kesenian, seni rupa, drama, sastra ditambah dengan unsur fotografi itulah yang menyebabkan film menjadi kesenian yang kompleks.⁹

Sedangkan menurut para ahli Widagdo dan Gora menjelaskan bahwa sebuah karya film terdiri atas integritas jalinan cerita yang terbentuk dan menyatukan peristiwa atau adegan. Film tidak terikat oleh durasi waktu. Namun, sebuah film yang bisa tayang di layar lebar berdurasi antara 90-120 menit. Film-film tersebut termasuk dalam golongan film durasi standar. Film yang berdurasi 1-30 menit termasuk dalam golongan film pendek.

Lebih lanjut, Guritno menjelaskan bahwa film adalah hasil peradaban manusia yang dicipta melalui proses kreatif dengan melahirkan impian (imajinasi) melalui teknologi yang hasilnya bisa di saksikan semua orang. Proses kreatif yang berbantu teknologi inilah yang pada akhirnya menjadi salah satu hiburan yang sangat representatif sebagai tontonan yang menghibur bagi penikmatnya. Efek senang atau sedih yang dapat ditimbulkan saat dan setelah menonton sebuah film adalah alasan yang paling utama kemenarikan sebuah film.

Selanjutnya, Latif dan Utud menjelaskan bahwa film adalah karya seni yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang di buat berdasarkan kaidah sinema fotografi, dengan atau tanpa suasana, dan dapat pertunjukkan. Karya seni berupa film memang sangat memungkinkan dapat dipertunjukkan kepada orang banyak dan dapat dinikmati kapanpun selama orang tersebut dapat memutar film.

⁹ Pamasuk Enaste, *Novel Dan Film* (Flores : Nusa Indah, 1991), h. 18

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa film adalah gabungan antara media gambar dan media audio yang dibuat untuk dipertunjukkan kepada khalayak. Hal terpenting yang membuat film dapat menarik perhatian penontonnya adalah efek perasaan yang timbul akibat gabungan dua media yang menyatu dalam film.¹⁰

Dan secara fisik sebuah film dapat dibagi menjadi beberapa unsur, yakni:

- a. Shot, setelah film jadi (pasca produksi) memiliki arti satu rangkaian gambar utuh yang tidak terinterupsi oleh potongan gambar (editing). Shot merupakan unsur terkecil dalam film.
- b. Adegan, adalah satu segmen pendek dari keseluruhan cerita yang memperlihatkan satu aksi berkesinambungan yang diikat oleh ruang, waktu, isi (cerita), tema, karakter, atau motif.
- c. Sekuen, adalah satu segmen besar yang memperlihatkan satu rangkaian peristiwa utuh. Satu sekuen umumnya terdiri dari beberapa adegan yang saling berhubungan.¹¹

Semakin banyak shot, adegan, dan sekuen yang dihasilkan selama produksi film, maka semakin panjang durasi film yang dibuat. Ini yang membedakan antara film layar lebar dengan film pendek.

Jadi eksistensi film pendek adalah keberadaan film pendek yang memiliki wujud cerita yang pendek tetapi bermakna besar dan merupakan

¹⁰ Fajar Arifiyanto, *Pengembangan Film Pendek berbasis Kontekstual untuk kompetensi menulis naskah drama* (Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2015), h.28

¹¹ Himawan Pratista, *Memahami Film* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.29-

sebuah pembuktian hasil kerja sebuah rumah produksi yang dapat di akui oleh diri sendiri dan diakui juga oleh pihak lain.

3. Genre Film

a. Aksi

Film-film aksi berhubungan dengan adegan-adegan aksi fisik seru, menegangkan, berbahaya, nonstop dengan tempo cerita yang cepat. film aksi adalah salah satu genre yang paling adaptif dengan genre lainnya. Genre ini mampu berkombinasi dengan semua genre induk, seperti pertualangan, *thriller*, kriminal, fiksi-ilmiah, drama, komedi, dll.¹²

b. Drama

Film-film drama umumnya berhubungan dengan tema, cerita, setting, karakter, serta suasana yang memotret kehidupan nyata. Film drama umumnya tidak terfokus pada aksi fisik atau komedi dan jarang sekali menggunakan efek visual.¹³

c. Epik Sejarah

Epik sejarah genre ini temanya mengambil tema periode masa silam (sejarah) dengan latar sebuah kerajaan, peristiwa atau tokoh besar yang menjadi mitos, legenda atau biblikal. film epik sejarah juga sering menyajikan aksi pertempuran skala besar yang berlangsung lama.¹⁴

d. Fantasi

Film fantasi berhubungan dengan tempat, peristiwa, serta karakter yang tidak nyata. Film fantasi berhubungan dengan unsur magis, mitos,

¹² *Ibid*, h 13-14

¹³ *Ibid*, h 14

¹⁴ *Ibid*, h 15

negeri dongeng, imajinasi, halusinasi, serta alam mimpi. Film fantasi berhubungan dengan pedang dan mantra gaib, naga, kuda terbang, karpet terbang, dewa-dewi, penyihir, dll. Film fantasi juga terkadang berhubungan dengan aspek religi.¹⁵

e. Fiksi Ilmiah

Film fiksi ilmiah berhubungan dengan masa depan, perjalanan angkasa luar, percobaan ilmiah, penjelajahan waktu, invasi, atau kehancuran bumi. Fiksi ilmiah seringkali berhubungan dengan teknologi serta kekuatan yang berada di luar jangkauan teknologi masa kini.¹⁶

f. Horor

Film horor memiliki tujuan utama memberikan efek rasa takut, kejutan, serta teror yang mendalam bagi penontonnya. Plot film horor umumnya sederhana, yakni bagaimana usaha manusia untuk melawan kekuatan jahat dan biasanya berhubungan dengan dimensi supranatural atau sisi gelap manusia.¹⁷

g. Komedi

Komedi adalah jenis film yang tujuan utamanya memancing tawa penontonnya. Film komedi biasanya berupa drama ringan yang lebih-lebihkan aksi, situasi, bahasa, hingga karakternya. Film komedi secara umum dibagi menjadi dua jenis yakni, komedi situasi (unsur komedi

¹⁵ *Ibid*, h. 15

¹⁶ *Ibid*, h. 16

¹⁷ *Ibid*, h. 16

menyatu dengan cerita) serta komedi lawakan (unsur komedi bergantung pada figur komedian).¹⁸

h. Kriminal dan Gangster

Film kriminal dan gangster berhubungan dengan aksi-aksi kriminal seperti, perampokan bank, pencurian, pemerasan, perjudian, pembunuhan, persaingan antar kelompok, serta aksi kelompok bawah tanah yang berkerja perang juga kadang digunakan sebagai media propaganda anti perang melalui isu-isu seputar moral serta kehancuran akibat perang.¹⁹

i. *Western*

Western adalah sebuah genre orisinil milik Amerika. Tema film wetern umumnya seputar pihak baik dan jahat. *Setting* sering kali menampilkan kota kecil , bar, padang gersang, rel kereta api, dll. Film-film western juga sering berkombinasi dengan genre drama, perang dan petualangan.²⁰

j. Petualangan

Film petualangan berkisah tentang perjalanan, eksplorasi, atau ekspedisi ke suatu wilayah asing belum pernah tersentuh. Film-film petualangan selalu menyajikan panorama alam eksotis seperti hutan rimba, pegunungan, savana, gurun pasir, lautan, serta pulau terpencil.²¹

¹⁸ *Ibid*, h. 17

¹⁹ *Ibid*, h. 17

²⁰ *Ibid*, h. 20

²¹ *Ibid*, h. 19

k. Perang

Genre perang mengangkat tema kengerian serta teror yang ditimbulkan oleh aksi perang. Film-film perang umumnya menampilkan adegan pertempuran seru baik di darat, laut, maupun udara.²²

Sedangkan genre induk sekunder sebagai berikut:

a. Bencana

Film bencana berhubungan dengan tragedi atau musibah baik skala besar maupun kecil yang mengancam jiwa banyak manusia. Film bencana umumnya menghabiskan biaya produksi yang sangat besar karena skala filmnya yang sangat luas serta penggunaan efek visual yang begitu intensif.²³

b. Biografi

Film biografi biasanya menceritakan penggalan kisah nyata atau kisah hidup seorang tokoh. Biasanya film ini berisi motivasi, karena dalam kisahnya terdapat perjuangan tokoh menjalani hidup dalam suka dan duka.

c. Thriller

Film thriller biasanya mengisahkan tentang orang biasa yang terjebak dalam situasi luar biasa, seperti seseorang yang terlibat perkara kriminal yang tidak ia lakukan. lazimnya bersinggungan dengan beragam genre seperti drama, aksi, kriminal, politik, dan lainnya.²⁴

d. Roman

Film roman umumnya adalah pasangan yang mencintai satu sama lain, namun banyak ujian serta masalah dari dalam maupun luar yang

²² *Ibid*, h. 19

²³ *Ibid*, h.21

²⁴ *Ibid*,h.27

menghalangi hubungan mereka atau bisa pula bagaimana usaha seseorang untuk mendapatkan pasangan impiannya.²⁵

4. Fungsi Eksistensi Film Pendek

Marselli Sumarno menyebut fungsi film memiliki nilai pendidikan. Nilai pendidikan sebuah film tidak sama dengan kata pendidikan di bangku sekolah atau kuliah. Nilai pendidikan sebuah film tidak sama dengan kata pendidikan di bangku sekolah atau kuliah. Nilai pendidikan sebuah film mempunyai makna sebagai pesan-pesan moral film yang semakin halus pembuatannya akan semakin baik. Pesan pendidikan disebuah film bila dibuat dengan halus akan menimbulkan kesan bahwa khalayak tidak merasa digurui. Hampir semua film mengajari atau memberi tahu khalayak tentang sesuatu, karena dengan menonton film khalayak dapat belajar bagaimana bergaul dengan orang lain, bertingkah laku, berpenampilan dan sebagainya.²⁶

Fungsi persuasif suatu film dapat dilihat dari kandungan pesan yang berusaha untuk mengendalikan sikap atau perilaku penontonnya. Berbeda dengan fungsi hiburan dari film yang hanya menyampaikan hal-hal menyenangkan, dalam pengertian hanya untuk memenuhi kepuasan batin.

Beberapa fungsi film yang diproduksi dan dieksebisikan sering kita temui misalnya ; fungsi informasional dapat ditemukan pada film berita (newsreel), fungsi instruksional dapat dilihat dalam film pendidikan, fungsi persuasif terkandung dalam film dokumenter, sedangkan fungsi hiburan

²⁵ *Ibid*,h.25

²⁶ M. Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi Film* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia , 1996), hal.96

dapat ditemukan pada jenis film cerita. Perlu diketahui dan diingat bahwasanya setiap film selalu mengandung unsur hiburan. Film informasional, instruksional, maupun persuasif selain mengandung pesan yang memungkinkan terlaksananya fungsi juga harus memberikan kesenangan atau hiburan kepada khalayak. Marselli Sumarno menambahkan bahwa film selain memiliki empat fungsi tersebut diatas juga memiliki nilai artistic. Nilai artistic sebuah film dapat terwujud bila nilai keartistikannya ditemukan pada seluruh unsurnya.²⁷

5. Kontribusi Film Pendek Islami

Kontribusi adalah sumbangan atau pemasukan terhadap suatu perkumpulan atau suatu usaha yang dijalankan. Kontribusi berasal dari bahasa Inggris yaitu *contribute*, *contribution*, maknanya adalah keikutsertaan, keterlibatan, melibatkan diri maupun sumbangan.

Kontribusi film pendek islami sebagai media dakwah ialah sebagai berikut :

1. Film menyuguhkan pesan Islami yang hidup dapat mengurangi keraguan apa yang disuguhkan, lebih mudah diingat, dan mengurangi kealpaan.
2. Secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak, samar-samar dan sulit diterangkan dapat disuguhkan kepada masyarakat lebih baik dan efisien.

²⁷ M. Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi Film....*, h. 97

Dengan kontribusi di atas, film dapat menjadikan media dakwah yang efektif, dimana pesan-pesannya dapat disampaikan kepada penonton secara halus dan menyentuh relung hati tanpa mereka digurui. Hal ini senada dengan ajaran Allah yang memerintahkan dalam menyampaikan pesan dakwah dengan acara yang *ma'ruf*.²⁸

Dalam suatu proses menonton film, seringkali terjadi gejala yang disebut oleh ilmuwan jiwa dengan istilah identifikasi psikologis, yakni penonton menyamakan atau meniru adegan yang diperankan oleh pemain film. Sehingga mereka seolah-olah juga merasakan adegan-adegan yang dilakukan oleh pemeran, sehingga pesan-pesan yang termuat dalam adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, lebih jauh pesan itu akan membentuk karakter penonton. Dari hal inilah film merupakan medium yang ampuh, film bukan hanya sekedar sebagai hiburan tapi lebih berperan sebagai pengalaman nilai.

Dalam konteks dakwah sutradara pun bisa dianggap sebagai da'i, karena ia menyambung pemikiran sang tokoh untuk ditonton, dengan harapan menjadi tuntutan. Penonton lebih jauh diharapkan dapat mengaktualisasikan nilai-nilai agama tersebut dalam kehidupannya.

Film Islami dan dakwah sama-sama mempunyai persamaan dari segi sasaran dan fungsi, dari segi sasaran yakni penonton atau mad'u, sedangkan

²⁸ M. Ali Musyafak, *Film sebagai Media Dakwah Islam* (Volume II No. 2 Oktober 2013 M./ Zul al-Hijjah 1434 H), h.335

dari segi fungsi yakni untuk menarik simpati dan mempengaruhi penonton atau mad'u.²⁹

B. Kompetisi Media Dakwah

1. Pengetian Kompetisi

Bernstein, Rjkoy, Srull, & Wickens mengatakan bahwa kompetisi terjadi ketika individu berusaha mencapai tujuan untuk diri mereka sendiri dengan cara mengalahkan orang lain.

Menurut Sacks & dan Krupat, kompetisi adalah usaha untuk melawan atau melebihi orang lain. sedangkan menurut Hendropuspito, persaingan atau kompetisi ialah suatu proses sosial, dimana beberapa orang atau kelompok berusaha mencapai tujuan dengan cara yang lebih cepat dan mutu yang lebih tinggi.

Wrightsmann, mengatakan bahwa kompetisi adalah aktivitas dalam mencapai tujuan dengan cara mengalahkan orang lain atau kelompok. Individu atau kelompok memilih untuk berkompetisi tergantung dari struktur reward dalam suatu situasi. Salah satunya adalah *Competitive reward structure* dimana tujuan yang dicapai seseorang memiliki hubungan negatif, artinya ketika kesuksesan telah dicapai oleh satu pihak maka pihak lain akan mengalami kekalahan. Hal ini disebut Deutsch's sebagai *Competitive Interdependence*.

Setiap individu pada umumnya dikuasai nafsu bersaing. Menurut Teori seleksi dari D.C Ammon, berdasarkan pada teori Darwin dan Spencer,

²⁹ *Ibid*, h. 336

sejak dahulu makhluk hidup di dorong oleh alamnya sendiri untuk melewati proses seleksi menuju ke keadaan yang makin sempurna. Melalui perjuangan hidup makhluk hidup yang lemah tersingkir dari kehidupan dan yang kuat terus bertahan melewati proses seleksi baru.³⁰

2. Pengertian Media Dakwah

Secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari bahasa latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang digunakan dalam proses penyajian informasi.

Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikator kepada khalayak.³¹ media atau yang terkadang disebut juga alat, saluran (*channel*) dipakai untuk menyampaikan pesan komunikasi.³²

Dalam kamus komunikasi, media adalah sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada

³⁰ Eka Danta Jaya Ginting, “Peranan Organisasi Pembelajaran dalam meningkatkan Kompetisi kerja”. (Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sumatera Utara, 2004), h.3

³¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), h.123.

³² Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung : Armico, 1989), h.36

komunikasikan, apabila komunikasikan jauh tempatnya atau banyak jumlah nya atau kedua-duanya.³³

Secara etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu da'a dan yad'u, dan bentuk masdar nya da'watan sehingga dalam bahasa indonesia sering dibaca dakwah, secara harfiah kata dakwah mengundang arti, seruan, ajakan panggilan dan undangan.³⁴

Menurut istilah, dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, segolongan umat islam sebagai aktualisasi imaniah yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem, dan teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fitrah seseorang, keluarga, kelompok, massa dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah laku nya untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang diinginkan.³⁵

Dakwah merupakan suatu proses untuk mendorong manusia agar memahami dan mengamalkan suatu keyakinan tersebut.

Menurut Asmuni Syukir, media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.³⁶

Menurut Hamzah Yaqub, media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide pada umat yaitu suatu elemen

³³ Onong Uchayana Effendy, *Kamus Komunikasi* (Bandung : CV Mandar Maju , 1989), h. 220

³⁴ Rini Setiawati, *Ilmu Dakwah* (Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung : PUSIKAMLA, 2009), h. 1

³⁵ Jamaludin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Surabaya : Percetakan Offset Indah, 1993), h.23

³⁶ Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1993), h.61-63

yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah.³⁷ Sedangkan menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u (penerima dakwah).³⁸

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u.³⁹ media dakwah menjadi penyalur pesan dakwah itu sendiri sehingga dapat dimengerti dan dipahami oleh mad'u dengan baik. Dalam menggunakan media dakwah para dai pada jaman dahulu sangat menjaga etika dan ketentuan-ketentuan yang mesti dijaga saat berdakwah, antara lain : (1) Media dakwah tidak boleh bertentangan dengan kitab sunah; (2) dalam menggunakan media dakwah tidak menjurus kepada hal-hal yang diharamkan oleh agama dan tidak menimbulkan kerusakan; (3) dapat digunakan dengan baik; (4) media relevan dengan situasi dan kondisi konteks dakwah; (5) media dapat menjadi perantara untuk menghilangkan kesesatan dari orang-orang yang ingkar dan menyalahi agama; (6) jelas dalam tahapan-tahapan penggunaannya; (7) secara fleksibel dapat digunakan dalam berbagai kondisi mad'u, adat, kepercayaan, dan kebudayaannya; serta (8) dapat digunakan dalam berbagai situasi waktu dan keadaan.⁴⁰

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah pesan dakwah, dan mitra dakwah.⁴¹

³⁷ Hamzah Yaqub, *Publistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership* (Bandung, CV.Diponegoro, 1981), h. 47

³⁸ M.munir, Wahyu Ilahi, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2012),h. 404

³⁹ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), h.32

⁴⁰ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 19

⁴¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2009), h.428

Maka proses dakwah tanpa menggunakan media masih belum bisa mencapai tujuan yang maksimal, media dakwah bukan hanya berperan sebagai alat atau sistem namun sudah seperti strategi dalam mencapai ke-efektifitas-an dakwah, dari beberapa paparan pendapat para ahli diatas dapat didefinisikan bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dipergunakan menjadi penunjang dalam berlangsung nya pesan komunikasi (Da'i) kepada khalayak (Mad'u). atau, media dakwah dengan kata lain dapat digunakan sebagai penunjang dalam proses penyampaian materi dakwah atau ajaran islam baik lisan maupun tulisan dan perbuatan yang berfungsi untuk menambah keberhasilan penyampaian ide (pesan dakwah) dari komunikator (da'i) kepada komunikan (khalayak/mad'u) sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat yang menjadi sasaran dakwah itu sendiri.

Jadi kompetisi media dakwah adalah suatu proses sosial dimana beberapa orang atau kelompok berusaha mencapai tujuan dengan cara bersaing, dan kemudian usaha tersebut dikemas menggunakan sebuah alat yang isinya terdapat materi dakwah yang dapat di sampaikan kepada khalayak sehingga tercapainya tujuan tersebut.

3. Jenis-jenis Kompetisi Media Dakwah

Adapun berbagai jenis media dakwah ialah sebagai berikut :

a. Media Cetak

Media cetak untuk berbagai jenis media dakwah disini ialah semua bahan cetakan yang digunakan untuk memuat dan menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat sebagai sasaran (obyek) dakwah.⁴² Media dapat digolongkan ke dalam jenis-jenis media dakwah yaitu, buku,

⁴² H. Suarin Nurdin, *Media Sebagai Sarana Ta'dib*, (Volume 16, No 2 : Juli-Des 2018), h. 45

surat kabar, majalahm bulletin, brosur, pamplet, stiker, brosur dan sebagainya. Namun dalam tulisan ini hanya akan dijelaskan media komunikasi cetak yang mempunyai peran berskala besar, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Buku, berdakwah melalui buku mempunyai peranan dan manfaat yang besar pengaruhnya. Buku sebagai media komunikasi dakwah cetak telah banyak dilakukan para Ulama baik Ulama klasik maupun Ulama kontemporer.
- 2) Surat, adalah sebuah pesan yang ditulis atau dicetak pada kertas dan biasanya disimpan dalam amplop dan dikirimkan kepada seseorang atau organisasi. Surat juga dapat dikirimkan kepada seseorang atau organisasi. Surat juga dapat berarti sesuatu yang ditulis, yang tertulis atau tulisan.
- 3) Kartu Pos, adalah lembaran kertas tebal atau karton berbentuk segi panjang yang ditunjukan untuk menulis dan mengirim surat tanpa amplop. Kartu pos tidak hanya terbuat dari kayu tipis, tembaga atau kelapa. Digunakan kartu pos sebagai media komunikasi dalam berdakwah karena memiliki potensi sebagai media massa yakni kartu pos bisa digunakan orang untuk memberi kabar kepada kerabatnya, mudah di buat, praktis, pesan ringkas dan mudah dibaca, mudah disimpan, dan menimbulkan rasa senang.⁴³
- 4) Surat Kabar, surat kabar beredar dimana-mana, karena disamping harganya yang murah, beritanya juga up to date dan memuat

⁴³ *Ibid*,h. 46

berbagai jenis berita surat kabar cepat sekali peredarannya karena jika terlambat beritanya akan out of date.

Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar melalui berbagai penjur, karena itu dakwah melalui surat kabar sangat efektif dan efisien yaitu dengan cara da'I menulis rubrik disurat kabar tersebut seperti berkaitan dengan rubrik agama. Surat kabar juga dikenal dengan nama koran. Koran berasal dari bahasa belanda "krant" dan bahasa Prancisnya "courant". Koran atau surat kabar adalah suatu penerbitan ringan dan mudah dibuang kertas koran, yaitu yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa event politik, kriminalitas, olah raga, tajuk rencana, dan surat kabar juga berisi kartun, TTS dan hiburan lainnya.

Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan dan persuasif), maka fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Untuk menyerap isi surat kabar, dituntut kemampuan intelektualitas tertentu, khalayak yang buta huruf tidak dapat menerima pesan surat kabar begitu juga yang berpendidikan rendah.

- 5) Majalah, adalah penerbitan berkala yang berisi macam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Majalah biasa diterbitkan mingguan atau bulanan. Majalah biasanya memiliki artikel mengenai topik terpopuler yang ditunjukkan kepada masyarakat umum dan ditulis gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak

orang. Publikasi akademis yang menulis artikel pada ilmu disebut *Jurnal*.

Tipe majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju, artinya redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya. Majalah mempunyai ciri tersendiri tetapi majalah masih dapat difungsikan sebagai media dakwah dengan jalan menyelipkan misi dakwah kedalam isinya, dan jika majalah tersebut merupakan majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah.

6) Poster, merupakan salah satu media yang sering digunakan dalam kampanye komunikasi yang bisa di pakai sarana dakwah. Poster adalah selembar kertas atau karton yang diberi suatu ilustrasi dan beberapa kata sederhana. Biasanya poster untuk menarik perhatian orang-orang yang berlalu lalang, menimbulkan kesan pada yang bersangkutan tentang fakta atau ide, dan merangsangnya untuk mendukung suatu ide, mencari lebih banyak informasi atau melakukan semacam tindakan. Agar tercapai komunikasi yang efektif, maka poster harus memiliki tujuan yang jelas, desain harus baik, diuji coba pada khalayak yang dituju dan harus dipasang sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang baik.

7) Spanduk, adalah kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui oleh umum. Spanduk biasanya diperuntukkan sebagai publikasi atau promosi suatu produk, lembaga, berbagai macam kegiatan. Spanduk pada umumnya digantung ditempat umum atau dibawa dalam demonstrasi atau

prosesi. Selain itu spanduk juga bisa digantung di dalam ruangan dalam suatu acara tertentu, dan umumnya spanduk dibuat dengan cara cetak sablon, car atau digital.

- 8) Buletin adalah media cetak berupa selebaran atau majalah yang berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga dan ditujukan untuk kelompok profesi tertentu.⁴⁴

b. Media Elektronik

Media elektronika ialah semua peralatan yang sistem kerjanya berhubungan dengan elektron (tenaga listrik). Dalam kaitannya dengan penggolongan media dakwah.

1) Media Audio

Media dakwah elektronik jenis audio, yaitu media penyampaian pesan dalam bentuk suara atau dapat juga sebagai media yang menggunakan bahasa lisan atau semua pesan yang berbentuk bunyi (suara), termasuk dalam jenis ini alat-alat penyampaian pesan seperti radio, telepon, tape recorder (media perekam suara), pita rekaman, CD dan lain sebagainya.

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran, seperti berikut ini;

- a) Radio, adalah media massa tertua, radio adalah salah satu media siaran yang menggunakan teknologi gelombang radio untuk menyampaikan informasi seperti suara dengan cara

⁴⁴ *Ibid*,h. 50

mengatur secara sistematis sifat-sifat gelombang energi elektromagnetik yang ditransmisikan melalui ruang angkasa. Sebagai salah satu media dakwah radio memiliki beberapa kelebihan dan memberi efek yang sangat besar terhadap khalayak massa, yaitu fleksibel dan produksi yang ekonomis, isi bervariasi, relatif bebas digunakan secara individu dan berpotensi melibatkan pendengaran dalam siarannya.

- b) Radio Amatir, adalah radio yang menggunakan spectrum frekuensi radio dengan tujuan pertukaran pesan nonkomersial, eksperimen nirkabel, rekreasi pribadi yang bisa dimanfaatkan untuk sarana berdakwah. istukah amatir digunakan untuk menentukan orang yang benar-benar berwenang dan tertarik dengan praktek radio elektronik dengan tujuan pribadi semata.v

2) Media Visual

Media dakwah elektronik jenis visual, yaitu media penyampaian pesan yang menampilkan gambar atau tulisan yang direfleksikan (dipantulkan) melalui lensa proyektor. Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan.

3) Media Audio Visual

Media dakwah elektronik jenis audio-visual, yaitu media penyampaian pesan dengan menampilkan gambar dan suara dalam waktu bersamaan. Jadi melalui media penyampaian seperti ini pihak penerima pesan dapat melihat tayangan dalam bentuk gambar hidup yang dilengkapi suara sekaligus. Termasuk kedalam jenis

media ini anatara lain, televisi, rekaman video yang dilengkapi dengan penerimaan suara , film yang disertai suara dan sebagainya.

Televisi adalah salah satu media siaran selain radio yang digunakan untuk mentransmisikan gambar bergerak dalam bentuk hitam putih atau monokromatau berwarna, dan dalam dua atau tiga dimensi disertai suara.

Kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh televisi sseperti jangkauan hasil keluaran yang sangat luas sangat baik. teknologi dan organisasi yang kompleks serta isi yang sangat bervariasi sehingga sangat baik digunakan sebagai media dakwah.

4) Media Internet

Situs juga menjadikan sumber informasi untuk hiburan dan informasi perjalanan wisata. Pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk memdapatkan berita terbaru setiap minggunya.

Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. Misi awalnya adalah sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Saat ini internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.

Dengan media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang islam keseluruh penjuru, dengan keluasaan akses yang dimiliki yaitu tanpa adanya batasan wilayah. Begitu besarnya potensi dan effesiensinya dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang islam atau sering disebut dengan cybermuslim atau cyberdakwah. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam.⁴⁵

4. Fungsi dan Karakteristik Media dalam Penyiaran Dakwah

a. Fungsi Media Dakwah

Keberagaman media dakwah yang disebutkan diatas memiliki fungsi yang sama yaitu penyalur tersampainya pesan dan materi dakwah kepada mad'u. pada akhirnya juga mendukung terealisasinya tujuan dakwah dari sudut system, maka media dakwah sejajar dengan masalah-masalah media, objek dakwah, dan sebagainya. Terlebih jika telah memasuki tahap penentuan strategi dakwah yang efektif dan efesien. Adapun fungsi media dakwah yaitu:

1) Fungsi menyiarkan informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama, kenyataan menunjukan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap penyerapan infomasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u.

⁴⁵*Ibid*, h. 54

2) Fungsi Mendidik

Fungsi mendidik yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses pendidikan, sebab materi dakwah yang disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

3) Fungsi Menghibur

Dalam fungsi ini media dakwah dalam islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan pesan dakwah berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah.

4) Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi ini membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Jika dikorelasi fungsi ini amatlah relevan dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap mad'u dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan didunia dan akhirat.

5) Fungsi Interaksi Sosial

Dakwah berfungsi untuk mengajak orang-orang menuju kebaikan duniawi dan akhirat. Dakwah biasanya dilakukan melalui acara islami seperti ceramah. Saat ini dakwah telah mengikuti perkembangan zaman dengan mengandalkan teknologi modern sebagai penyebaran kebaikannya. Media baru yang diterapkan dalam dakwah ini berperan sebagai interaksi sosial antara seorang da'I dan mad'u agar lebih efektif dalam proses dakwah tersebut. banyaknya mad'u mungkin

tidak dapat dijangkau oleh da'I itu sendiri, tetapi media baru seperti media sosial ini dapat menjadi interaksi sosial yang efektif dalam berdakwah.

6) Fungsi Mengembangkan Kreativitas

Dakwah yang sering di pandang sebagai acara orangtua karena mad'u dalam acara dakwah di dominasi oleh para orang tua terutama ibu-ibu. Namun seiring dengan kemunculan teknologi, dakwah tidak hanya diminati oleh para orang tua tetapi kaum remaja juga ikut serta dalam berdakwah. Dengan memanfaatkan teknologi, seorang da'I dapat mengajak para remaja untuk mengikuti ajaran agama Islam yang baik, media baru yang di gunakan dalam berdakwah juga berperan untuk mengembangkan kreatifitas da'I berupa audio visual atau film pendek.

7) Fungsi Ruang Publik

Media baru tidak hanya dilakukan untuk hal-hal yang negatif saja. Tetapi media baru bisa juga berperan sebagai media dakwah yang positif terutama dalam menyebarkan kebaikan melalui dakwah. Media yang sering digunakan di zaman modern ini adalah media sosial. Media sosial merupakan media komunikasi yang hampir semua masyarakat dunia gunakan. Media baru yang digunakan untuk berdakwah ini juga berfungsi sebagai ruang publik. Informasi yang mengandung nilai agama Islam yang dibuat oleh para da'I dapat di tanggap langsung oleh para mad'u, sehingga ruang publik dapat tercipta di media baru tersebut.⁴⁶

⁴⁶ "Media baru dalam dakwah Islam" (Online) tersedia di,
<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/peran-media-baru-dalam-dakwah/amp>

Selain itu beberapa fungsi dan peran penting sebuah media untuk dakwah islam yang dapat dirumuskan ke dalam poin-poin berikut :

- 1) Sebagai media alternatif acuan dan akurat simpang siurnya arus informasi tentang bukti diri islam ditengah tengah media barat dan musuh-musuh islam terhadap tuduhan pihak-pihak yang tidak menyukai islam.
- 2) Membantu akselerasi mobilitas dakwah islam, media islam juga berfungsi sebagai katalisator atau pemercepat gerakan dakwah islam. Kehadiran media dakwah islam ikut membantu penyiaran dakwah yang dilakukan secara lisan. Media mewadahi wahana dakwah tulisan kepada para pendakwah. Media merupakan ruang luas yang bisa menyebarkan informasi secara efektif dan berpengaruh bagi kehidupan sosial.
- 3) Senjata melawan ghazwul fikri. Ghazwul fikri atau perang pemikiran yang dilancarkan musuh-musuh islam satu satunya dilakukan melalui senjata media. Media dakwah islam harus bangkit dan melawan arus agresi musuh ini.⁴⁷

b. Karakteristik Kompetisi

- 1) Lokasi pelaksanaan bisa disatu tempat atau di beberapa tempat bergantung jenis kompetisinya.
- 2) Lama kegiatan bisa sangat pendek atau sangat panjang, sangat bergantung pada jenis kompetisi dan jumlah pesertanya. Kalau peserta nya sedikit, waktunya bisa pendek, sebaliknya, kalau pesertanya

⁴⁷ "Fungsi Media Dakwah" (Online), tersedia di:
<http://www.binasyifa.com/109/26fungsi-media-dakwah.htm>, diakses pada 18 maret 2019

banyak, bisa saja kompetisi dilakukan secara bertahap dengan waktu yang panjang.

- 3) Perlu disiapkan kriteria peserta dan kriteria pemenang beserta hadiahnya.
- 4) Tujuannya adalah untuk mempengaruhi kognitif, afektif, dan konatif khalayak, media promosi, dan publikasi.⁴⁸

c. Karakteristik Media Penyiaran

Sebagai salah satu media massa, media penyiaran juga mempunyai karakteristik yang unik dan spesifik dibandingkan dengan media cetak atau media massa yang lain. Berikut karakteristik media penyiaran:

- 1) Dapat didengar ketika siaran dan dilihat ketika siaran;
- 2) Dapat didengar/dilihat kembali bila siaran ulang;
- 3) Daya pengaruh sangat tinggi;
- 4) Pengolahan secara elektronik;
- 5) Biaya operasional sangat tinggi;
- 6) Daya jangkau populasi luas;

Media penyiaran televisi dan radio mempunyai karakteristik sebagai media yang menguasai ruang, tetapi tidak menguasai waktu, sementara media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana

⁴⁸Wahyuni Pudjiastuti, *Special Event* (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2010), h. 158

saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu).⁴⁹

5. Pengaruh Kompetisi Media Dakwah

Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi dakwah banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film, radio dan televisi. Dari kesemuanya itu, pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, aural, dan audiovisual.

Film sebagai salah satu media komunikasi, tentunya memiliki pesan yang akan disampaikan. Maka isi pesan dalam film merupakan dimensi isi, sedangkan Film sebagai alat (media) berposisi sebagai dimensi hubungan. Dalam hal ini, pengaruh suatu pesan akan berbeda bila disajikan dengan media yang berbeda. Misalnya, suatu cerita yang penuh dengan kekerasan dan seksualisme yang disajikan oleh media audio-visual (Film dan Televisi) boleh jadi menimbulkan pengaruh yang jauh lebih hebat, misalnya dalam bentuk peniruan oleh anak-anak atau remaja yang disebabkan oleh tontonan sebuah film, bila dibanding dengan penyajian cerita yang sama lewat majalah dan radio, karena film memiliki sifat audio visual-visual, sedangkan majalah mempunyai sifat visual saja dan radio mempunyai sifat audio saja. Berkaitan dengan ini, tidaklah

⁴⁹ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, Dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 63

mengejutkan bila Marshall McLuhan mengatakan *The medium is the message*.

Film sebagai salah satu produk kemajuan teknologi mempunyai pengaruh yang besar terhadap arus komunikasi yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Bila dilihat lebih jauh film bukan hanya sekedar tontonan atau hiburan belaka, melainkan sebagai suatu media komunikasi yang efektif. Melalui film kita dapat mengekspresikan seni dan kreativitas sekaligus mengkomunikasikan nilai-nilai ataupun kebudayaan dari berbagai kondisi masyarakat. Dengan demikian melalui film bisa disampaikan identitas suatu bangsa. Layaknya sebuah pemandangan, Film tidak hanya sebagai tontonan belaka. Akan tetapi dalam film terkandung pesona dan kehebatan: melalui cerita-cerita yang sangat lokal, para pembuat film yang tahu kehidupan, mengerti masyarakatnya, bisa menyampaikan pesan-pesan universal untuk seluruh umat manusia. Film tidak mengenal batasan geografis, yang memang dibuat orang bukan untuk kepentingan politik. Bahasa film cuma satu, bahasa umat manusia.⁵⁰

Pengaruh atau efek adalah hasil yang akan dicapai oleh pernyataan umum pada sasaran-sasaran yang dituju. Dengan kata lain, pengaruh atau *effect* adalah kesan yang timbul pada mad'u setelah ia melihat, mendengar, merasa dan sebagainya, baik kesan itu positif maupun negatif. Dalam konteks ini yang akan dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang

⁵⁰ Lukman Hakim, *Agama dan Film* (IAIN Sunan Ampel Surabaya : 2015), h. 9

mempengaruhi seseorang. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seseorang perlu diadakan penelitian lebih lanjut terhadap orang tersebut baik secara sosiologis dan psikologis.

Terdapat beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh suatu media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh TA Lathief Rousydiy yang dikutip oleh M.Jakfar Futeh sebagai berikut :

- a. Telah merasa seperti yang dibicarakan;
- b. Telah berpikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara;
- c. Telah dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan dan ide yang dikemukakan oleh pembicara;
- d. Telah sepaham atau sependapat dan pendukung terhadap isi pesan yang disampaikan;
- e. Telah yakin akan kebenaran ide yang dikemukakan oleh pembicara;
- f. Telah bertindak dan mengamalkan atau melaksanakan isi pesan yang dimaksud;
- g. Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau mempertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan oleh pembicara.⁵¹

⁵¹ M.Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontekstual: Peran Dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat* (Yogyakarta: AK Group Yogyakarta, 2006), h.104-105

DAFTAR PUSTAKA

- Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Eka Danta Jaya Ginting, “Peranan Organisasi Pembelajaran dalam meningkatkan Kompetisi kerja”. Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sumatera Utara, 2004.
- Eka Danta Jaya Ginting, Peranan Organisasi Pembelajaran dalam meningkatkan Kompetisi kerja. Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sumatera Utara, 2004.
- Fajar Arifiyanto, *Pengembangan Film Pendek berbasis Kontekstual untuk kompetensi menulis naskah drama*, Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015.
- Gatot Prakosa, *ketika film pendek bersosialisi*. Jakarta: Yayasan layar putih, 2001.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Hamzah Yaqub, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, Bandung, CV. Diponegoro, 1981.
- Hengki Wijaya, *Analisis data kualitatif ilmu pendidikan teologi* , Sulawesi Selatan: Makassar, 2018.
- Hidajanto Djamal & Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Oprasional, dan Regulasi*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- M. Munir, Wahy Iiahi, *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- M. Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia , 1996.
- M.Jakfar Futch dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, Yogyakarta: AK Group Yogyakarta, 2006.
- Maritfa Nika Andriani, Mohammad Mukti Ali, Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta, *Jurnal Teknik PWK* Vol.2 no.2, 2013.

Maritfa Nika Andriani, Mohammad Mukti Ali. Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Jurnal Teknik PWK* Vol.2 no.2, 2013.

Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2009.

Moh ali aziz, *ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.

Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2012.

Pamasuk enaste, *Novel dan Film*, Flores: Nusa Indah, 1991.

Rachmat Kriyantono, *teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.

Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Sugiono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Armico, 1989.

Teguh Trianton, *Film sebagai Media Belajar*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Wahidin saputra, *pengantar ilmu dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Wahyuni Pudjiastuti, *Special Event*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2010.

“Fungsi Media Dakwah” (Online), tersedia di:

<http://www.binasyifa.com/109/26fungsi-media-dakwah.htm>, diakses pada 18 maret 2019.